



Влияние инфраструктуры на загрузку курортных комплексов

Влияние инфраструктуры на загрузку курортных комплексов

В данной статье специалисты GVA Sawyer ставят перед собой цель выяснить, каким образом увеличение объема инфраструктуры может повлиять на загрузку курортных гостиниц Черноморского побережья. В рамках исследования были опрошены эксперты гостиничного рынка: Группа Компаний UNDERSUN, Некоммерческое Партнерство «Курорт Геленджик», санаторно-курортный комплекс «Знание» (г. Сочи), КСКК «Аквалоо», ОАО «Сочи-Парк», туристические фирмы «Сеть магазинов горящих путевок», «МП-ТУР», «Плай», «Роза Ветров» и другие.

Как правило, со стороны собственника строительство и управление объектами инфраструктуры требует значительных затрат. При этом развитая инфраструктура позволяет в высокий сезон успешно конкурировать и получать максимальную загрузку и доход, а в межсезонье – в принципе дает возможность сформировать востребованный рынком продукт.

«Высокий и низкий»

Традиционно на Черноморском побережье выделяют два сезона:

- высокий сезон – с июня по сентябрь;
- низкий сезон (межсезонье) – с октября по май.

По данным за 2011 год, среднегодовая загрузка всех средств размещения Черноморского побережья находилась на уровне 59%. В высокий сезон объекты уровня 4-5* обычно загружены на 70-80%. В межсезонье загрузка таких объектов находится в среднем по побережью на уровне 30-35%.

Основная разница между загрузкой объектов с инфраструктурой и без нее приходится на межсезонье. Многие гостиницы, не имеющие инфраструктуры, в низкий сезон закрываются. Поэтому специалисты гостиничного рынка выделяют две крупные категории объектов:

- Круглогодичные;
- Сезонные (период работы с мая по октябрь).

Среднегодовая загрузка круглогодичных объектов находится на уровне 50%, сезонных — на уровне 30%. Специалисты рынка отмечают, что относительно высокая загрузка гостиниц, работающих круглый год, формируется за счет социальных и, как правило, бюджетных заказов.

Путевки в качественные объекты (санатории, пансионаты, крупные гостиничные комплексы), особенно находящиеся на первой линии, покупаются заранее. В конечном итоге, в высокий сезон почти все объекты Черноморского побережья «забиты» до отказа. В этом случае наличие инфраструктуры влияет, прежде всего, на скорость продаж гостиничных номеров.

Спрос со стороны туристов

Если в высокий сезон практически все гостиницы на побережье заполнены, то в межсезонье им приходится вступать в жесткую конкуренцию за своих клиентов. Самый популярный способ привлечь туристов – делать скидки на проживание и включать в путевку набор дополнительных услуг. И это немудрено, так как в межсезонье, при отсутствии летних развлечений, туристы предъявляют к внутренней инфраструктуре отелей более высокие требования. Самые популярные из запросов приведены в таблице 1.

Таблица 1 Наиболее популярные требования туристов к средствам размещения на Черноморском побережье.
Источник: GVA Sawyer, эксперты, участвовавшие в опросе.

Низкий сезон (межсезонье)	Высокий сезон
Наличие питания	бассейн
крытый бассейн, водный комплекс	детские площадки/комнаты/услуги няни
спортивные сооружения для детей и взрослых (в т.ч. крытые)	наличие детской, взрослой, вечерней анимации
конференц-зал и другие услуги, связанные с MICE (обучением персонала и другими корпоративными мероприятиями)	SPA-услуги
SPA-услуги	Wi-Fi
санаторно-медицинские услуги	парковка
танцевальные залы	
ночные клубы	

Первым базовым элементом инфраструктуры, как это ни странно, для российских курортов можно назвать **питание**. В большинстве отелей (даже в небольших) есть свои кафе или мини-столовые, работающие по заказному меню. В крупных пансионатах или гостиницах, помимо основного ресторана, обычно есть другие кафе, лобби, рестораны (где также проводятся шоу-программы и дискотеки). Стоит отметить, что летом туристам проще решить проблему питания, поскольку в это время на курортах функционирует множество кафе и ресторанов. В низкий сезон к решению этого вопроса подходят более избирательно, поэтому наличие организованной системы питания будет преимуществом для гостиницы и поможет привлечь клиентов.

Далее по списку популярности идут **бассейны** и **водно-развлекательные комплексы**. В мини-отелях побережья зачастую к минимальному набору услуг добавляется пользование бассейном (обычно открытым, небольших размеров, за неимением крупной территории). В гостиницах с развитой инфраструктурой туристам предлагается на выбор, как закрытый водный комплекс, так и открытый, с несколькими водными горками, как правило, включающий детский бассейн. Наряду с этим практически во всех крупных комплексах функционируют SPA и медицинские центры. В тоже время иногда небольшие отели, которые работают в межсезонье, предлагают отдыхающим пользование SPA, медицинскими и другими услугами на базе крупных пансионатов, если они расположены по соседству.

Особое место занимает инфраструктура детских развлечений - **детская инфраструктура**, спрос и предложение на услуги для детей носят ярко выраженный сезонный характер и зависят, как правило, от школьных каникул. Летом — это три месяца, осенью и весной – неделя, зимой — две

недели. Высокий сезон для детского туризма наступает летом, в этот период спрос и предложение в равной степени высоки.

Практически в каждом отеле предусмотрены дополнительные услуги или развлечения для детей. В мини-гостиницах часто функционируют маленькие детские площадки или комнаты, реже встречается услуга — детское меню. Крупные курортные комплексы зачастую ориентированы на семейный отдых, поэтому предлагают маленьким туристам разнообразные развлечения: детские игровые площадки, водные горки, детские комнаты, услуги няни. На базе некоторых пансионатов работают творческие мастерские, проводятся различные тематические игровые программы, мастер-классы по вокалу и хореографии, квест-игры, спартакиады и другие развлечения.

Например, в круглогодичном пансионате «Аквалоо» в Сочи летом проводятся Всероссийские соревнования по шахматам «Белая ладья», а в последние годы и чемпионаты России по шахматам среди детей 10-18 лет. В Анапе ежегодно на базе пансионата «Фея-2» проводится Открытый фестиваль кино стран СНГ, Латвии, Литвы и Эстонии «Киношок». В программу входит конкурс детского игрового и анимационного кино «КиноМалыШок». Отметим, что такие мероприятия влияют не только на текущую загрузку, но являются вкладом в будущее, поскольку через 10-15 лет, выросшие дети с удовольствием возвращаются в эти пансионаты. Поэтому чем крупнее комплекс, тем большее внимание следует уделять инфраструктуре детских развлечений.

После детской инфраструктуры наиболее популярны **бизнес-услуги**. Основной спрос приходится на межсезонье. Чаще всего они представлены в гостиницах с развитой инфраструктурой и включают в себя: конференц-зал, комнату для переговоров, конгресс-холл, а также все необходимо техническое оснащение для проведения деловых мероприятий.

За бизнес-услугами следует **спортивная инфраструктура**, которая в обязательном порядке представлена в каждом крупном санатории и курортном комплексе. В межсезонье акцент делается на услугах фитнес-центров, тренажерных залах, а в высокий сезон популярны открытые теннисные корты, волейбольные, футбольные и другие спортивные площадки, услуги wellness-центров. Кроме того, расширение спортивной инфраструктуры может быть использовано в межсезонье для привлечения профессиональных спортсменов и клубов, так как комплекс становится удобным для организации спортивных сборов.

Выше перечисленные услуги являются основными и встречаются наиболее часто в гостиницах Черноморского побережья. Реже в крупных комплексах можно встретить свои кинотеатры, летнюю эстраду, боулинг или ледовый каток.

Загрузка

Рассмотрим подробнее, каким образом наличие тех или иных элементов инфраструктуры может повлиять на среднегодовую загрузку гостиниц. За начальный показатель возьмем среднегодовую загрузку гостиниц Черноморского побережья без инфраструктуры, которая составляет около 28%. Данный показатель рассчитан экспертно, исходя из того, что большинство гостиниц без инфраструктуры работают в период с мая по октябрь.

Таблица 2 Как наличие инфраструктуры может повлиять на среднегодовую загрузку средств размещения Черноморского побережья.

Источник: GVA Sawyer, эксперты, участвовавшие в опросе.

Название	Влияние на загрузку средства размещения, %
----------	--

Название	Влияние на загрузку средства размещения, %
Наличие собственной территории	+3% ¹
Бизнес-услуги (конгресс-центр, конференц-залы с необходимым техническим оснащением и др.)	+7%
Медицинская база (лечение)	+6%
SPA-комплекс (оздоровление)	+8%
Спортивная инфраструктура (футбольные поля, теннисные корты, спортзалы и др.)	+2%
Водные развлечения (бассейны открытые и закрытые, водные аттракционы и др.)	+10%

В таблице 2 приведены средние показатели элементов инфраструктуры, которые могут увеличить заполняемость средств размещения. Исходя из этих данных, среднегодовой уровень загрузки гостиницы может вырасти до 60-65%.

При этом опрошенные эксперты гостиничной отрасли, отмечают, что для каждого отдельно взятого объекта данные показатели могут быть различны, в зависимости от его местоположения, позиционирования, а также времени года, которое влияет на популярность тех или иных услуг.

Например, бизнес услуги востребованы в отелях, как правило, в осенний и весенний периоды и могут способствовать увеличению загрузки в некоторых случаях и на 10-15%. При этом для различных целевых аудиторий влияние того или иного инфраструктурного объекта будет различным, отмечают эксперты.

Ряд крупных курортных комплексов Черноморского побережья с развитой инфраструктурой имеет среднегодовую загрузку на уровне 60%. К ним можно отнести пансионат «Акваллоо», где функционирует единственный на Кубани круглогодичный аквапарк. Кроме того, пансионат имеет свою лечебную базу и бизнес-инфраструктуру. Здесь выделяют несколько периодов, когда загрузка находится на высоком уровне. Во-первых, летом в высокий сезон — 98%. Во-вторых, в зимний период во время школьных каникул и новогодних праздников (январь-декабрь) — 70%. В межсезонье среднегодовая загрузка находится на уровне 45%. В это время большое число отдыхающих приезжает на лечение, а наличие аквапарка подталкивает туристов к тому, чтобы взять на отдых всю семью.

Многие другие средства размещения также нашли свою нишу и имеют высокий уровень загрузки в межсезонье (см. таблицу 3). Например, в курортном комплексе «Надежда. SPA&Морской рай» проходит кубок по бальным танцам, в «Кемпински Гранд Отель Геленджик» проводятся конкурсы красоты, в отеле «Приморье» в Геленджике ежегодный конгресс косметологов России, выставка-конгресс Beauty New, Всероссийский агрохимический форум. В санатории «Красная Талка» проводятся медицинские форумы и семинары.

Однако отели, у которых нет собственной инфраструктуры, также могут рассчитывать на межсезонную загрузку, но лишь в том случае, если гостиница находится вблизи привлекательного для целевой аудитории объекта или территории. В качестве примера можно привести отель «Генрих I», расположенный в Дагомысе. В поселке имеется два футбольных поля, благодаря

¹ При прочих равных условиях среднегодовая загрузка гостиниц может вырастать на данное число процентов.

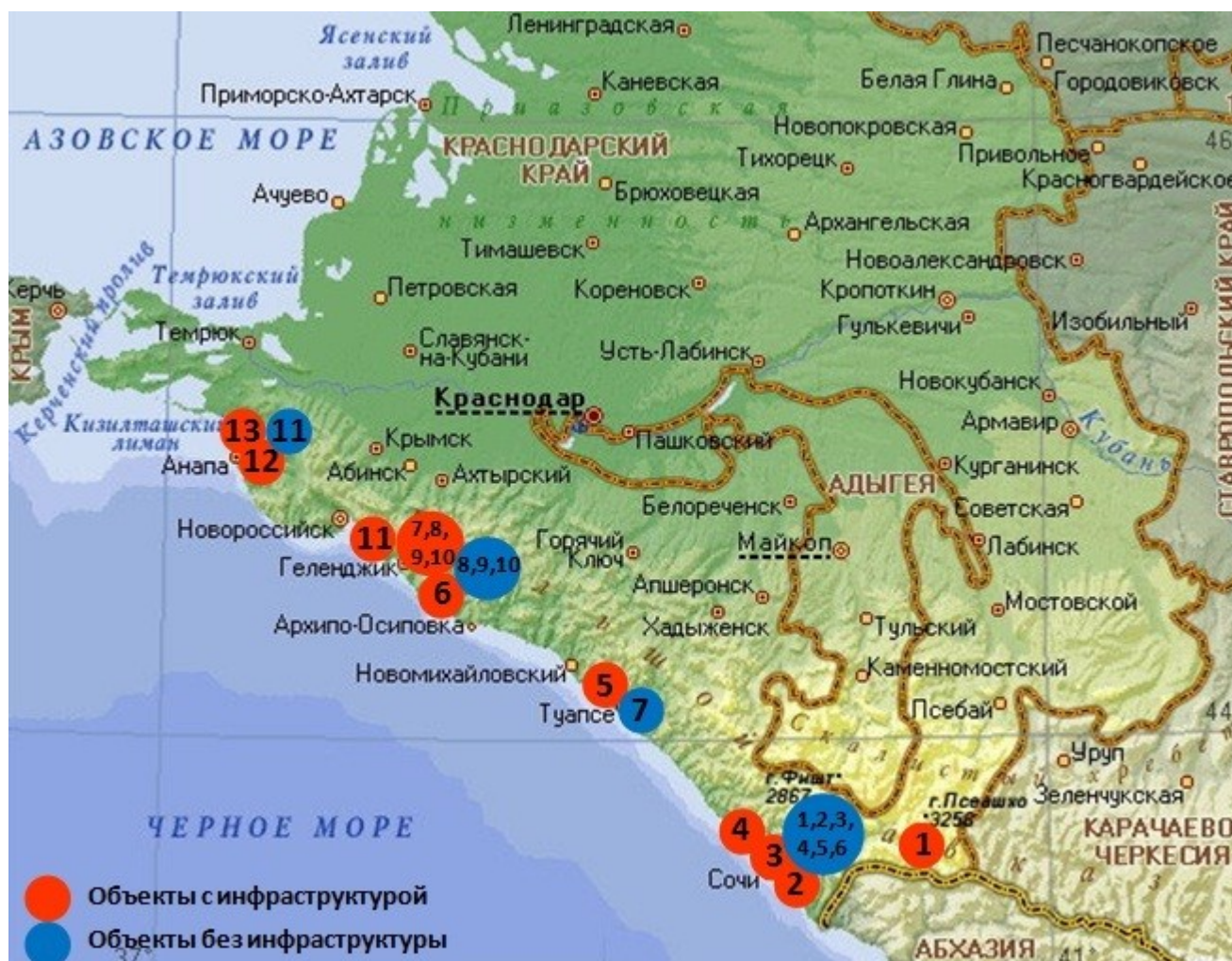
которым в межсезонье формируется поток спортсменов, которые заселяются в отель. Рядом с отелем удобная автодорожная инфраструктура, которая привлекает группы велосипедистов. При этом отсутствие в отеле аква-термальной зоны (планируется ввести в эксплуатацию в конце 2012 года) существенно снижает привлекательность отеля. По расчетам владельцев, группы компаний Undersun, ее наличие позволит повысить заполняемость в межсезонье на 10-25%.

Таблица 3 Наиболее популярные у туристов средства размещения Черноморского побережья в 2012 г.²
Источник: GVA Sawyer

Средства размещения с инфраструктурой	Средства размещения без инфраструктуры или с минимальной инфраструктурой
<ol style="list-style-type: none">1. Курортный комплекс «Гранд Отель Поляна» (п.Эсто-Садок, Красная Поляна)2. Отель «Рэдиссон Лазурная» (г. Сочи)3. Гостиница Grand Hotel & SPA Rodina (г. Сочи)4. КСКК «Аквалоо» (г. Сочи)5. Курортный комплекс «Гамма» (п. Ольгинка)6. ЛОПК «Голубая даль» (с. Дивноморское)7. Санаторий «Красная Талка» (г. Геленджик)8. Санаторий «Голубая волна» (г. Геленджик)9. Отель «Приморье» (г. Геленджик)10. «Кемпински Гранд Отель Геленджик»11. Курортный комплекс «Надежда. SPA&Морской рай» (п. Кабардинка, Геленджик)12. Пансионат «Фея-2» (г. Анапа)13. Пансионат «Ласточка» (г. Анапа)	<ol style="list-style-type: none">1. Мини-отель «Русь» (г. Сочи)2. Гостиница «Чайка» (г. Сочи)3. Отель «Радужный» (г. Сочи)4. Отель «Машук» (г. Сочи)5. Отель Fidan (г. Сочи)6. Отель «Генрих I» (г. Сочи, п. Дагомыс)7. «Аквармарин» (г. Туапсе)8. ГК «Бригантина» (г. Геленджик)9. ГРК «Мария» (г. Геленджик)10. Сеть отелей «Kompass Hotels» (г. Геленджик)11. Отель «Валенсия на пионерском» (г. Анапа)

² Таблица составлена с учетом мнений опрошенных экспертов, турагентств, рейтингов Интернет-ресурсов.

Рисунок 1 Наиболее популярные у туристов средства размещения Черноморского побережья в 2012 г.³
Источник: GVA Sawyer, эксперты, участвовавшие в опросе.



Заключение. Инфраструктура как спасение в межсезонье

Исходя из выше сказанного можно сделать вывод, что в межсезонье туристов, как правило, привлекают водные комплексы, SPA, лечебные процедуры, специальные предложения «выходного дня», предложения, ориентированные на отдых с детьми, а также бизнес-услуги.

Исключением среди курортных городов является Сочи. Здесь сезонность менее выражена. Сюда приезжают круглогодично, за счет того, что рядом находится горнолыжный курорт Красная Поляна. Кроме того, сказывается повышенная деловая активность в преддверии Олимпийских Игр 2014 года. В межсезонье чаще всего туристы покупают путевки с лечением или приезжают на деловые мероприятия. Летом загрузка в сочинских гостиницах составляет около 80%, зимой около 35-40%, среднегодовая — на уровне 50%. Среди дополнительных услуг в отелях Сочи наиболее

³ Нумерация объектов соответствует таблице 3.

часто представлена бизнес-инфраструктура. В большинстве гостиниц высокого класса имеются бассейны, спа-услуги и медицинские услуги.

Опрошенные в ходе исследования эксперты отметили, что во многом увеличение загрузки в межсезонье зависит от грамотного позиционирования объекта и проводимых PR-мероприятий. Зачастую из-за отсутствия этих мероприятий, возведенная инфраструктура так и не окупается или в лучшем случае собственник выходит в «ноль».

Один из примеров повышения загрузки в межсезонье за счет PR-мероприятий — санаторно-курортный комплекс «Знание» в Сочи. Медицинская база существовала здесь уже давно, однако за все время не проводилось крупных рекламных компаний. В 2012 году была проведена PR-компания с упором на продажу медицинских услуг санатория. С начала года наблюдался рост продаж путевок, в сравнении с предыдущим годом. В 2013 году в санатории ожидают увеличение среднегодовой загрузки с 35% до 55%.

Таким образом, при правильном позиционировании и управлении объектом, увеличение инфраструктуры может поднять среднегодовой уровень загрузки до 60% и выше.

Уже сейчас прослеживается тенденция к улучшению качества инфраструктуры в гостиницах Черноморского побережья. Согласно прогнозам GVA Sawyer и опрошенных экспертов, в будущем с появлением большого числа средств размещения в крупных курортных городах (особенно в Сочи) конкуренция в гостиничном сегменте будет расти, поэтому выиграют те собственники, которые успеют занять свою нишу и применят креативный подход к управлению объектом в межсезонье.

Австралия
Австрия
Великобритания
Венгрия
Германия
Гонконг (КНР)
Греция
Дания
Ирландия
Италия
Кипр
Китай
Литва
Нидерланды
Новая Зеландия
Польша
Россия
Финляндия
Швейцария
Швеция
Эстония

Центральный офис (г. Москва)

“Дом на Берниковской набережной”
109240, Россия, Москва
ул. Николоямская, д. 13, стр. 17
Т: +7 (495) 797-4401
Ф: +7 (495) 797-4400
info@gvasawyer.com

Офис в Санкт-Петербурге

БЦ “Мир” ул. Ефимова 4а, офис 330
190031 Санкт-Петербург, Россия
Т: +7 (812) 334-9392
info-spb@gvasawyer.com

Представительство в Красноярске

ул. Диктатуры пролетариата, д. 32
офис 4-4, 660017 Красноярск, Россия
Т: +7 (391) 252-9982
info@gvasawyer.com

Представительство в Краснодаре

350010 Краснодар, Россия
ул. Зиповская 5, корпус 8, офис 309
Т: +7 (495) 797-4401

info@gvasawyer.com